

Comunicação Criativa da Pesquisa — Teoria e Prática

Book

WILKINSON, C. AND WEITKAMP, E. (2016).
CREATIVE RESEARCH COMMUNICATION — THEORY AND PRACTICE.
MANCHESTER, U.K.: MANCHESTER UNIVERSITY PRESS

Reviewed by

Luisa Massarani

Abstract

O objetivo deste texto é fazer uma análise crítica do livro *Creative Research Communication — Theory and Practice*, escrito por Clare Wilkinson e Emma Weitkamp (Manchester University Press, 2016). Apresentamos a estrutura do livro, destacando seus pontos fortes. Embora com foco no Reino Unido em alguns de seus capítulos, o livro traz uma grande diversidade de exemplos de atividades práticas de comunicação da pesquisa de interesse universal, com dicas muito úteis. Questões éticas e a importância da avaliação, de como fazer tal avaliação e da disseminação também são apresentados de forma inspiradora. Com texto bem escrito e objetivo, o livro é leitura obrigatória para quem atua ou deseja atuar no campo do engajamento público na pesquisa.

Keywords

Professionalism, professional development and training in science communication; Science communication: theory and models

O livro *Creative Research Communication — Theory and Practice* (Manchester University Press, 2016) discute distintas formas de se engajar o público com a ciência — ou com a pesquisa, termo adotado ao longo do livro.

Saber de onde vêm suas autoras já é uma pista sobre o conteúdo do livro: Clare Wilkinson e Emma Weitkamp são professoras de Divulgação Científica na University of the West of England, em Bristol, na Inglaterra.

O livro se divide em três partes.

Na introdução, discute-se o contexto do engajamento público, abordando raízes históricas e algumas tendências atuais. Na segunda parte, exploram-se distintas abordagens de engajamento público. Por fim, na terceira parte, discutem-se questões éticas e formas como a comunicação pode contribuir para o impacto da própria pesquisa.

O livro me interessou desde o início.

Como divulgadora da ciência, pesquisadora de temas na interface entre ciência e sociedade e — principalmente — pelo meu papel de formar as novas gerações,

valorizo muito livros com este propósito, que são poucos, especialmente na América Latina, onde atuo.

O texto bem escrito e objetivo é um ponto alto da publicação e certamente tem sido útil para pessoas que querem conhecer melhor o campo. Ao final de cada capítulo, estão uma síntese e leituras adicionais.

A primeira parte da publicação traz um olhar muito focado no Reino Unido. Não me entendam mal. Isto não é uma crítica. Considero muito importante que o leitor conheça a trajetória percorrida pelo campo do engajamento público naquele país, pelo seu sucesso e pelas ações importantes, como o emblemático documento *The Public Understanding of Science*, da Royal Society, de 1985, mais conhecido como relatório Bodmer, que teve um papel histórico para estimular a comunidade científica a se preocupar com o engajamento público (coincidência ou não, é justamente naquela década que observamos uma preocupação importante da comunidade científica sobre a divulgação científica na América Latina).

É inspirador — e dá uma ponta de inveja — percorrer os trechos do livro que abordam a institucionalização do engajamento público no Reino Unido.

Ressalte-se que o Reino Unido também foi palco de episódios que se caracterizam como “falhas” do engajamento público, como o episódio dos rejeitos nucleares na região dos lagos e da vaca louca, que foram documentados e sobre os quais há reflexões interessantes, sendo sistematicamente abordados literalmente no outro canto do mundo, onde ministramos cursos de divulgação científica.

A parte histórica do livro faz um sobrevoo (talvez um pouco curto demais, mas objetivo) na história do engajamento público, desde o século 17, discutindo aspectos como os cientistas divulgadores, os museus e a profissionalização do campo.

A primeira parte do livro traz, ainda, algumas páginas que se dedicam a lembrar o leitor da importância de se pensar sobre os públicos a quem nos comunicamos — embora isto possa parecer óbvio aos leitores já iniciados de *JCOM*, muitos divulgadores acabam esquecendo de ter isso em mente, o que pode levar ao reduzido sucesso ou mesmo fracasso de algumas iniciativas.

Eu, na verdade, estava conformada e muito feliz de ler um livro que traz a realidade do Reino Unido.

Mas tive a grata surpresa de ver que as partes dois e três do livro tiveram um tratamento universal, com uma abordagem que certamente se adequa perfeitamente à realidade de diferentes países e culturas.

As autoras apresentam uma grande diversidade de iniciativas, com exemplos de projetos e dicas práticas muito úteis para quem quer explorar o campo do engajamento público ou se aprofundar nas suas principais questões.

Um acerto do livro é a divisão da apresentação dessas iniciativas em capítulos temáticos (atividades presenciais, arte, mundo digital, mídias sociais, esfera política, pesquisa financiada por mecanismos de *crowd-source*), o que permite um

maior aprofundamento das principais questões, bem como uma discussão mais específica para cada uma das esferas.

Na terceira parte da publicação, as autoras discutem aspectos fundamentais: impacto e avaliação, também com dicas muito úteis. A apresentação de possíveis métodos de avaliação, com suas fortalezas e fragilidades, é outro ponto alto do livro.

Já ao final do livro, as autoras discutem questões éticas relacionadas à comunicação da pesquisa, incluindo como engajar os participantes de forma ética, procedimentos de consentimento informados e reflexões de como coletar, usar e guardar dados. Pelo menos na América Latina, a discussão sobre a ética em pesquisa tem crescido a passos largos na última década — mas não quando pensamos em comunicação da pesquisa, o que me fez considerá-lo um capítulo que merece particular atenção.

Não menos importante é o último capítulo, que discute a importância da disseminação. As autoras destacam que acadêmicos podem estar acostumados a comunicar os resultados de seus estudos aos pares, mas que nem sempre consideram comunicar o sucesso (ou não) de novas abordagens de comunicação (p. 256). Para preencher essa lacuna, as autoras dão dicas de como fazer um bom relatório, de algumas revistas acadêmicas em divulgação científica em inglês e algumas das principais conferências de comunicação científica no mundo.

Ao final, há cerca de 400 referências bibliográficas que — embora essencialmente focadas em textos em inglês — são uma fonte fundamental de leituras para um maior aprofundamento no campo.

Em síntese, trata-se de um livro de leitura obrigatória para quem atua no campo do engajamento pública na pesquisa — ou quem deseja atuar.

Autor

Luisa Massarani é divulgadora da ciência e Diretora Executiva da Red de Popularización de la ciencia y la tecnología en América Latina y el Caribe (RedPOP). Ela realiza atividades práticas e acadêmicas em divulgação científica. Coordina o Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde, criado em 2016 na Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz, no Brasil. É coordenadora para América Latina e Caribe de SciDev.Net (www.scidev.net). Vencedora do Premio José Reis de Divulgação Científica, em 2016, e do Prêmio Jabuti de literatura, em 2017. E-mail: luisa.massarani@fiocruz.br.

How to cite

Massarani, L. (2017). 'Comunicação Criativa da Pesquisa — Teoria e Prática'. *JCOM* 16 (05), R03_pt.



This article is licensed under the terms of the Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivativeWorks 4.0 License. ISSN 1824-2049. Published by SISSA Medialab. jcom.sissa.it